

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN FAMILY FUN KARAOKE
KELUARGA OUTLET SMG-03 SEMARANG**

Nur Amalia Zulfa¹, Nawazirul Lubis² dan Ngatno³
namalia.zulfa@gmail.com

ABSTRACT

As the development of the economy, companies in the services sector has increased rapidly, especially in entertainment services. This is due to the entertainment services has become people needs to relieve their fatigue and boredom from daily activities. In serving the customers, Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang is one of the karaoke company growing in Semarang, but the number of visitors has decreased from year 2011 – 2013 is accompanied by an increasing number of incoming complaints.

This study aimed to know the effect of service quality and rate on customer loyalty through customer satisfaction Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang. Type of research is used explanatory. The population in this study is the customer Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang, by using the theory of Cooper and Emory then taken 100 respondents to be sampled and the sampling technique used a combination of incidental sampling and purposive sampling. Methods of data collection using questionnaires, interviews, and documentation. Measurement scale used a Likert scale. The data analysis used validity test, reliability test, correlation coefficient, analysis of simple and multiple linear regression, determinant coefficient, significance test (t test and F test) and path analysis.

The study concluded that the quality of service and rate altogether (simultaneously) or individually affect the dependent variable of customer satisfaction and customer loyalty. Based on the results of path analysis, the direct effect of service quality on customer loyalty smaller than the indirect effect, whereas the direct effect of rate on customer loyalty greater than the indirect effect.

Suggestion of this study is Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang should be able to improve the quality of its services such as equipment provide, uniforms provide a more polite to work for employee and increase the ability of employees to serve customers and determine the relevant rate in order to continue to survive in the midst of intense competition at this time.

Keyword: service quality, rate, customer satisfaction, customer loyalty

ABSTRAK

Seiring perkembangan perekonomian, perusahaan di bidang jasa telah meningkat dengan pesat, terutama dalam bidang jasa hiburan. Hal ini dikarenakan bahwa jasa hiburan telah menjadi suatu kebutuhan oleh masyarakat untuk menghilangkan kepenatan dan kejenuhan dalam kegiatan sehari-hari. Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang adalah salah satu perusahaan jasa karaoke yang sedang berkembang di Semarang, namun jumlah pengunjungnya mengalami penurunan dari tahun 2011 - 2013 disertai dengan peningkatan jumlah keluhan yang masuk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang, dengan menggunakan teori Cooper dan Emory maka diambil 100 responden untuk dijadikan sampel dan teknik sampling yang digunakan adalah gabungan antara *sampling insidental* dan *purposive sampling*. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Skala pengukurannya digunakan skala Likert. Pada analisis data, menggunakan uji validitas, uji

¹Nur Amalia Zulfa, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, namalia.zulfa@gmail.com

²Drs. Nawazirul Lubis, MM., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Dr. Drs. Ngatno, MM., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinan, uji signifikansi (uji t dan uji F) serta analisis jalur.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif secara bersama-sama (simultan) maupun secara sendiri-sendiri mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis jalur, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kecil dibandingkan pengaruh tidak langsungnya, sedangkan pengaruh langsung tarif terhadap loyalitas pelanggan lebih besar dibanding pengaruh tidak langsungnya.

Saran dalam penelitian ini yaitu Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya seperti peralatan yang ada, menyediakan seragam yang lebih sopan bagi karyawatnya, dan peningkatan kemampuan karyawan dalam melayani para pelanggannya serta menetapkan tarif yang relevan dan bersaing agar dapat terus bertahan di tengah ketatnya persaingan saat ini.

Kata kunci : kualitas pelayanan, tarif, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, keadaan perekonomian di Indonesia berkembang secara cepat dan pesat. Perkembangan perekonomian ditunjukkan semakin maraknya perusahaan yang tumbuh, perusahaan-perusahaan tersebut bergerak dalam bidang yang berbeda-beda. Misalnya perusahaan manufaktur dan industri. Salah satu contoh perusahaan yang sedang berkembang di Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Bidang jasa merupakan komponen yang tumbuh paling cepat, baik dalam perdagangan maupun investasi langsung luar negeri (*foreign direct investment*) (Tjiptono, 2006: 4). Salah satunya bidang jasa yang sedang berkembang saat ini adalah bidang jasa hiburan. Dewasa ini hiburan banyak dicari oleh masyarakat baik para pekerja maupun para pelajar, dengan tujuan untuk menghilangkan kepenatan, ketegangan, kejenuhan, dan rasa capek karena kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi hal tersebut, orang dapat mencari tempat hiburan yang menyenangkan hati, seperti taman hiburan, tempat wisata, bioskop, tempat karaoke, dan masih banyak tempat hiburan lainnya (Mariyanto, 2010).

Persaingan antara perusahaan jasa hiburan yang semakin besar dan ketat, menunjukkan akibat dari semakin banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan. Dengan semakin banyaknya persaingan yang ada, maka pelanggan mempunyai kebebasan untuk memilih sehingga akan menyebabkan kekuatan tawar-menawar pelanggan yang semakin besar. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi dalam berbisnis yang tepat agar dapat tercapainya tujuan perusahaan, dimana salah satu tujuannya adalah tercapainya kepuasan pelanggan bahkan loyalitas pelanggan.

Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah memperhatikan kualitas pelayanannya. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi tolak ukur tersendiri dalam menilai suatu kualitas perusahaan. Pelanggan merupakan pasar sasaran yang menerima layanan dari perusahaan yang dapat secara langsung memberikan penilaian secara subjektif. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka (Tjiptono, 2003: 103). Strategi lain yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah penetapan tarif yang wajar dan relevan. Hal ini karena pelanggan dapat membuat perbandingan antara tarif yang ditetapkan dengan tarif yang telah terbentuk dalam benak mereka atau tarif yang diharapkan oleh pelanggan.

Family Fun Karaoke Keluarga adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang hiburan karaoke, pusatnya berada di Jalan Pandanaran No. 50 Semarang. Family Fun Karaoke Keluarga telah memiliki beberapa cabang outlet di seluruh Indonesia. Jumlah pengunjung di Family

Fun cenderung menurun setiap tahunnya. Selama tahun 2011 hingga 2013 jumlah pengunjung mengalami penurunan. Pada tahun 2011, jumlah pengunjungnya sebesar 30.107 orang. Pada tahun berikutnya mengalami penurunan dimana jumlah pengunjungnya sebesar 26.819 orang dengan presentase penurunan sebesar 10,92% dan pada tahun 2013 juga mengalami penurunan dimana jumlah pengunjungnya sebesar 22.315 orang dengan persentase penurunan sebesar 16,79%. Selain itu data keluhan pelanggan juga mengalami kenaikan selama tahun 2011 hingga 2013, yaitu dari 4 menjadi 10 hingga 21 jumlah keluhan. Berdasarkan perbandingan tarif dengan perusahaan karaoke keluarga di kota Semarang terdapat perbedaan tarif yang ditetapkan pada setiap perusahaan karaoke. Hal ini tentu akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi para pelanggan dalam menggunakan jasa Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang.

Dengan melihat uraian dari latar belakang masalah tersebut maka dapat diajukan sebagai suatu penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN FAMILY FUN KARAOKE KELUARGA OUTLET SMG-03 SEMARANG”**.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
2. Bagaimanakah pengaruh tarif terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
4. Bagaimanakah pengaruh tarif terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?
7. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada perusahaan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang?

KAJIAN TEORI

Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Tjiptono, 2005: 23). Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2006: 6) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Jasa mempunyai karakteristik pokok yang membedakannya dengan barang. Griffin (dalam Rambat dan Hamdani, 2006: 6) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut :

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2006: 59-60) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Parasuraman (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 182) menyimpulkan bahwa terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut antara lain :

1. Keandalan. Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. Ketanggapan. Ketanggapan adalah kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Jaminan dan kepastian. Jaminan dan kepastian adalah pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
4. Empati. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Berwujud. Berwujud adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

Tarif

Menurut Swasta (1996: 147), tarif adalah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi beserta kualitas pelayanannya.

Metode penentuan tarif harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan tarif itu sendiri. Adapun tujuan-tujuan tersebut menurut Payne (Dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 100), antara lain :

1. Bertahan Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.
2. Memaksimalkan Laba. Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
3. Memaksimalkan Penjualan. Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. Gengsi. Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memosisikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.
5. Pengembalian atas Investasi (ROI). Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return of investment* – ROI) yang diinginkan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (Dalam Tjiptono, 2006: 146-147), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Day dalam Tse dan Wilton, 1988 (Dalam Tjiptono, 2006: 146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Tjiptono (2005: 129) untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal. Keempat hal tersebut antara lain :

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas pelayanan.
3. Memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan.
- Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2005: 5), loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan menyatakan bahwa tindakan pembelian tidak kurang dari dua kali. Sedangkan loyalitas pelanggan itu sendiri lebih banyak dikaitkan dengan perilaku daripada sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan yang loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *nonrandom* yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Menurut Griffin (Dalam Fajarianto, 2013: 34) keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal adalah sebagai berikut :

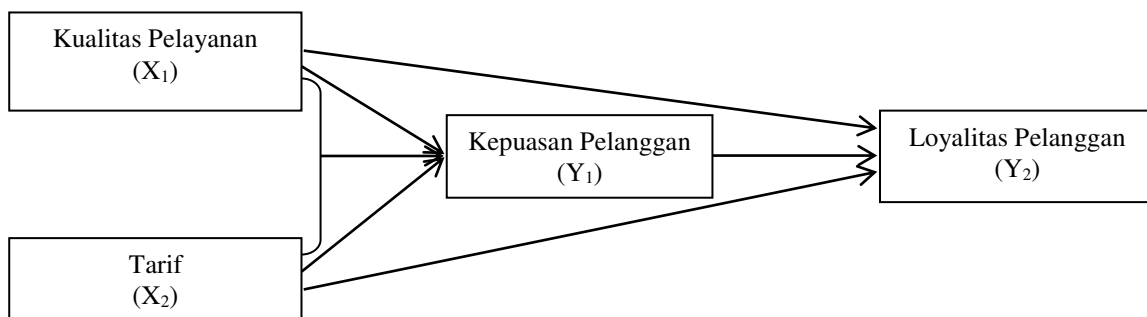
1. Dapat mengurangi biaya pemasaran karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal.
2. Dapat mengurangi biaya transaksi.
3. Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen karena pergantian konsumen lebih sedikit.
4. Dapat meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan loyal juga berarti mereka yang puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2010:93). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diduga ada pengaruh antara tarif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Diduga ada pengaruh antara tarif terhadap loyalitas pelanggan.
5. Diduga adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Diduga adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan
7. Diduga adanya pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Model hipotesis digambarkan pada gambar berikut ini.

Gambar 1
Model Hipotesis



METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian *eksplanatory*. *Eksplanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi dengan. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008: 132).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang. Penentuan sampling menurut Cooper dan Emory (1996:221) dalam buku metode penelitian bisnis berbicara mengenai ukuran sampel, bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel pada pengambilan sampel non probabilitas mengasumsikan bahwa populasi adalah tidak terbatas. Jadi sampel yang jumlahnya 100 sampel dari populasi 5000, secara kasar mempunyai ketepatan / estimasi 100 sampel dari 200 juta populasi, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Purposive Sampling*, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008: 122). Dalam teknik ini penentuan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu untuk bisa memberikan informasi secara optimal. Kriteria yang ditetapkan dalam teknik ini disesuaikan dengan keperluan peneliti. Adapun kriteria yang menjadi pertimbangan dalam penentuan responden yaitu:

1. Pengunjung yang telah menggunakan jasa karaoke di Family Fun Karaoke Outlet SMG-03 Semarang sebanyak minimal dua kali.
2. Berusia 17- 45 tahun.
3. Bersedia untuk diwawancarai.

Analisis Data

Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisa data yang mendasarkan pada perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan disertai dengan penjelasan terhadap hasil yang telah diperoleh dari perhitungan tersebut menggunakan metode statistik atau perhitungan dengan menggunakan angka-angka atau rumus-rumus sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001: 131). Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur suatu gejala yang sama. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau konstan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001: 129). Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2008: 270), regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal suatu variabel dependen dengan satu variabel independen.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2008: 277).

6. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase (%) sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen.

7. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

8. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2001: 41).

9. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Robert D. Rutherford (dalam Jonathan Sarwono, 2007:1), analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tapi juga secara tidak langsung. Untuk melihat besarnya pengaruh, digunakan angka Beta atau *standardized coefficients* pada analisis regresi berganda yang telah dilakukan menggunakan *SPSS for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	t Hitung	F Hitung	
1	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,703	49,4%	9,791	-	Ha diterima
2	Tarif terhadap kepuasan pelanggan	0,629	39,5%	8,004	-	Ha diterima
3	Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	0,377	14,2%	4,031	-	Ha diterima
4	Tarif terhadap loyalitas pelanggan	0,651	42,4%	8,488	-	Ha diterima
5	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	0,571	32,6%	6,883	-	Ha diterima
6	Kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan	0,778	60,5%	-	74,144	Ha diterima

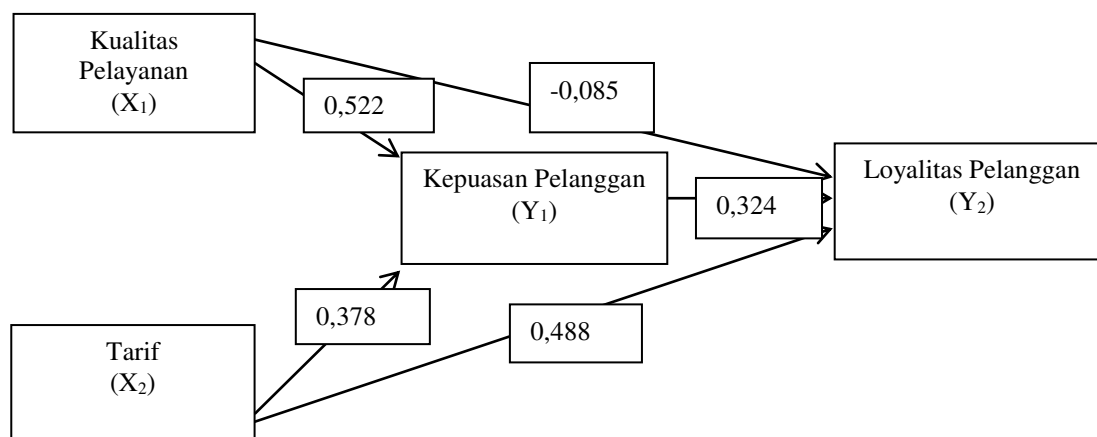
Sumber : data primer yang diolah, 2014

Tabel 2
Hasil Perhitungan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
$X_1 \rightarrow Y_1$	0,522		
$X_2 \rightarrow Y_1$	0,378		
$X_1 \rightarrow Y_2$	-0,085		
$X_2 \rightarrow Y_2$	0,488		
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,324		
$X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$		$(0,522 \times 0,324) = 0,169128$	$(-0,085 + 0,169128) = 0,084128$
$X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$		$(0,378 \times 0,324) = 0,122472$	$(0,488 + 0,122472) = 0,610472$

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Gambar 2
Hasil Analisis Jalur



Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa seluruh nilai t hitung dari setiap variabel > t tabel (1,9842). Pengaruh yang terbesar pada uji t adalah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung (74,144) > F tabel (3,0902).

Hasil analisis jalur (*path analysis*) pada kualitas pelayanan dan tarif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan telah terbukti. Hal ini terbukti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan akan lebih tinggi apabila melalui kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan akan lebih tinggi apabila melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai variabel penguat terciptanya loyalitas pada pelanggan. Selain itu juga pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan lebih tinggi pengaruhnya dibandingkan pengaruh tarif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila kualitas pelayanan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan diturunkan maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Selain itu kualitas pelayanan juga mempunyai kekuatan hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan
2. Tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti jika persepsi pelanggan terhadap tarif yang ditetapkan oleh Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang semakin baik atau semakin tinggi maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya jika persepsi pelanggan terhadap tarif tersebut semakin buruk atau semakin rendah maka kepuasan pelanggan juga akan semakin menurun. Selain itu tarif juga mempunyai kekuatan hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kualitas pelayanan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang ditingkatkan, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan diturunkan maka

loyalitas pelanggan juga akan menurun. Selain itu kualitas pelayanan juga mempunyai kekuatan hubungan yang rendah dengan loyalitas pelanggan.

4. Tarif berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini berarti jika persepsi pelanggan terhadap tarif yang ditetapkan oleh Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang semakin baik atau semakin tinggi maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya jika persepsi pelanggan terhadap tarif tersebut semakin buruk atau semakin rendah maka loyalitas pelanggan juga akan semakin menurun. Selain itu tarif juga mempunyai kekuatan hubungan yang kuat dengan loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kepuasan pelanggan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang meningkat, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika kepuasan pelanggan menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun. Selain itu kepuasan pelanggan juga mempunyai kekuatan hubungan yang sedang dengan loyalitas pelanggan.
6. Kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya bahwa apabila kualitas pelayanan dan tarif yang ditetapkan oleh Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang telah sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan mengalami kepuasan atau jika kualitas pelayanan dan tarif yang ditetapkan oleh Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang telah melebihi harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan pun akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya. Selain itu kualitas pelayanan dan tarif juga mempunyai kekuatan hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan.
7. Berdasarkan hasil analisis jalur, hasil pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung tarif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ke kepuasan pelanggan (sebagai intervening) lalu ke loyalitas pelanggan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung tarif ke kepuasan pelanggan (sebagai intervening) lalu ke loyalitas pelanggan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diajukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu apabila Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang ingin meningkatkan loyalitas para pelanggannya, maka hal yang perlu dilakukan berkaitan dengan kualitas pelayanan antara lain adalah meningkatkan kenyamanan di lingkungan Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang seperti menyediakan ruang tunggu yang lebih luas, menyediakan majalah atau koran, meningkatkan kualitas peralatan yang disediakan terutama *sound system*, menyediakan seragam yang lebih sopan kepada para karyawatnya, memberikan informasi yang jelas mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu karyawan juga harus dapat memberikan perhatian secara pribadi dengan lebih baik, agar pelanggan merasa lebih dihargai dan dapat diketahui dengan pasti apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Apabila hal ini dapat dilakukan oleh Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang, maka akan semakin memungkinkan bahwa pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tarif berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu apabila Family Fun Karaoke Keluarga Outlet SMG-03 Semarang ingin meningkatkan loyalitas para pelanggannya, maka hal yang perlu dilakukan berkaitan dengan tarif antara lain adalah menetapkan tarif yang wajar dan relevan dengan fasilitas yang didapat, serta menetapkan tarif yang lebih murah jika dibandingkan perusahaan lain. Hal ini

dikarenakan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain yang tarifnya lebih murah atau sesuai dengan harapan pelanggan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Vina. 2012. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus (Studi pada Wilayah Semarang Town Office)**. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Barata, Atep A 2003. **Dasar-Dasar Pelayanan Prima**. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Cooper, Donald R dan C.William Emory. 1996. *Metodologi Penelitian Bisnis Jilid 1 Edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Dwi Gunanto, Aji. 2010. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Plat H Auto Station Semarang**. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fajarianto,Bayu. 2013. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada CV AHASS Sahabat Sehati Motor Tembalang Semarang)**. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fhauzia, Lutfya Rezza. **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tembalang Jl Tirto Agung No. 9, Kelurahan Pedalangan, Kecamatan Banyumanik, Semarang)**. *Skripsi*. . Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta : Plenhallindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariyanto, Dian Puji. 2010. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Kasus PT. Nav Karaoke Keluarga Manyar Kertoarjo Surabaya)**. *Skripsi*. Universitas Narotama Surabaya.

- Peter, J. Paul dan Jerry C.Olson. 2000. **Customer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Ratmiko dan Atik Septi Winarsih. 2007. **Manajemen Pelayanan : Hubungan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sarwono, Jonathan. 2007. **Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS**. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sugiyono. 2007. **Metodologi Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. **Metodologi Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William J. 1996. **Prinsip Pemasaran Jilid 1**. Jakarta: Erlangga.
- Swasta, Basu. 1996. **Azas-Azas Marketing**. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. **Total Quality Management - Edisi Revisi**. Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2005. **Prinsip-Prinsip Total Quality Service**. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. **Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widayat dan Amirullah. 2002. **Riset Bisnis**. Yogyakarta: Graha Ilmu.